

BRANCHE

— INTERVIEW

Herr Capeder, Krisen sind dazu da, aus ihnen zu lernen. Welche Lehren ziehen Sie aus der Pandemie?

Covid-19 hat uns gezeigt, dass wir noch flexibler sind als gedacht. Von einem Tag auf den andern etablierten wir einen täglichen Video-call für 30 Kaderpersonen aus der Schweiz. Die sonst eher familiär organisierte Vebege war plötzlich fast militärisch aufgestellt, denn alles musste einheitlich funktionieren. Aber das wurde von allen schnell akzeptiert und unterstützt.

Was waren die wichtigsten Fragen?

Wie geht man mit Kunden um, denen ein Konkurs droht? Bezahlen uns die Kunden die Rechnungen noch? Wie können wir die Mitarbeitenden von diesen Mandaten anderweitig einsetzen? Es war stressig, aber wir sind in dieser Zeit auch zusammengewachsen. Wir mussten uns aufeinander verlassen können – und konnten es auch. Es war eine unschöne Situation, aber letztlich eine positive Erfahrung.

Und den Krisenstab gibt es noch?

Ja, und wegen der Energiekrise hatten wir bereits wieder ein erstes virtuelles Treffen. Auch die Pandemie kann ja jederzeit wieder zur Bedrohung werden. Ein negativer Effekt war natürlich, dass viele langfristige Projekte verschoben werden mussten. Das holen wir jetzt aber alles nach.

Was war der heikelste Punkt während der Pandemie?

Wir beschäftigen über 6000 Menschen, die aus über 100 verschiedenen Nationen kommen. Viele von ihnen waren dem Impfen gegenüber skeptisch eingestellt. Die Kunst war, Geimpfte und Ungeimpfte so zu mischen, dass die Geimpften bei einem Ausfall der Ungeimpften weiterarbeiten konnten – aber sich möglichst nicht infizierten. Das hat funktioniert und wir haben daraus etwa für die Diphtheriefälle gelernt, die aktuell in Bundesasylzentren auftreten, einem Kunden von uns. Gibt es Diphtheriealarm, geht man nur geschützt hinein. Schutzanzüge und Masken stehen zur Verfügung, das Maskentragen ist nichts Exotisches mehr.

Nach der Krise ist vor der Krise: Eben haben wir die Pandemie überstanden, schon droht die Energieknappheit. Wie spüren Sie diese anstehende Verknappung?

Wir haben den Dialog mit unseren Kunden gesucht um herauszufinden, wer im Fall eines

Stromausfalls vor Ort zuständig ist. Ohne Strom versagen Überwachungskameras ihren Dienst, Schliesssysteme funktionieren nicht mehr. In den Verträgen sind Ereignisse wie ein längerer Stromausfall ausbedungen. Deshalb wollen wir unsere Kundschaft proaktiv angehen und darauf hinweisen, dass sie Vorkehrungen treffen sollte.

Wie gehen Sie mit Effizienzpotenzialen um? Haben Sie ein systematisches Vorgehen, um diese zu identifizieren?

Das ist tatsächlich Teil unseres Auftrags und meistens sogar vertraglich geregelt. Die Themen sind breit und gehen über Energie hinaus: Neben der PET-Sammlung schlagen wir etwa

ÜBER TRENDS UND HERAUSFORDERUNGEN DER FM-BRANCHE**JUBILÄUM IN STÜRMISCHEN ZEITEN**

Vor 50 Jahren wurde die Vebege AG gegründet und bis heute ist sie familiengeführt. Marc Capeder, Managing Director Facility Management von Vebege Schweiz, zum Nachhaltigkeitstrend, den Tücken eines integralen FM und der Wirkung des persönlichen Kontakts mit dem Team.



Marc Capeder, 40, studierte Betriebswirtschaftslehre in Zürich und absolvierte anschliessend einen MAS in Real Estate. Nach diversen Stationen bei der Allianz Suisse Versicherungs AG übernahm er 2020 die Leitung des FM in der Vebege Schweiz AG.

eine zusätzliche Sammlung für sauberen Kunststoff vor. Oder wir empfehlen mehr Biodiversität, indem die Umgebung naturnah gestaltet und mit Insektenhotels ausgerüstet wird. In nicht benutzten Gebäudeflügeln kann die Betriebstemperatur abgesenkt werden. Viel Potenzial haben auch Tiefgaragen: Temperatur reduzieren, auf LED umrüsten und hochsensible Sensoren installieren.

Haben Energie und Nachhaltigkeit generell an Wichtigkeit zugenommen?

Ganz eindeutig. In jeder Ausschreibung wird das als zentraler Punkt nachgefragt und wir müssen mit Vorschlägen kommen. Es sind keine Revolutionen, aber viele kleinere Beiträge, um die Liegenschaft nachhaltiger und effizienter zu machen.

Wie kommen Sie auf Verbesserungsvorschläge?

Gelegentlich entdeckt unser Personal vor Ort Schwachstellen. Aber in erster Linie haben wir am Hauptsitz Spezialisten, die eine Liste von zwei Dutzend Themen abchecken. Wenn zusätzlich Renovationen anstehen, etwa eine Fassadenisolation, schlagen wir ebenfalls passende Massnahmen vor. Immer stärker gefragt sind auch Datenanalysen, denn diese sind die Basis, um die Verbräuche zuzuweisen. Gleichzeitig nutzen wir diese Daten, um Nutzerströme zu messen. Dank Sensoren wissen wir, wie häufig welcher Raum genutzt wird. Der Flughafen Zürich etwa hat Gates, die nur wenig genutzt sind, während in anderen rund um die Uhr Hochbetrieb herrscht. Wir reinigen dort, wo es tatsächlich nötig ist.

Trotzdem sind Sensoren erst seit zwei Jahren im Trend, warum?

Erstens ist der Einstieg in die Sensortechnologie noch relativ teuer. Und bei gewissen Räumlichkeiten funktionieren Sensoren noch nicht immer wie gewünscht. In Grossraumbüros etwa ist es schwieriger, verlässliche Daten zu erheben.

Was ist der Treiber für den Trend zur Nachhaltigkeit?

Liegenschaftseigentümer finden nur Investoren, wenn die Objekte gewisse ökologische Mindestkriterien erfüllen. Man will schlicht nicht mehr in ein Gebäude investieren, das nicht nachhaltig ist.

Ihr Unternehmen will bis 2030 klimaneutral sein. Was sind die grossen Meilensteine?

Wir wollen unsere gesamte Flotte bis 2025 elektrifizieren. Da aber aktuell ein Engpass bei E-Autos besteht, kann sich dieser Termin noch etwas verschieben. Ein anderer Bereich ist das Verbrauchsmaterial. Durch effizientere Tourenplanungen und Reinigungsmethoden sparen wir weiter Chemikalien ein. Zudem mischen wir die Reinigungslösung aus Konzentraten und Wasser vor Ort. Das reduziert Transport und Verpackung. Und indem wir auf die Digitalisierung setzen, sparen wir Papier.

Aktuell kennt die Schweiz eine Teuerung wie seit einem Jahrzehnt nicht mehr. Wie gehen Sie damit um?

In den alten Verträgen ist eine Teuerung nicht einmal erwähnt. Wir sind aber mit unseren Kunden im Dialog. In Verhandlungen können wir so erreichen, dass zumindest ein Teil davon ausgeglichen wird. Wenn heute aber eine neue Ausschreibung auf unserem Pult liegt, die zur Teuerung nichts erwähnt, passen wir. Bei den knappen Margen in der Branche ist es nicht ehrlich, die Teuerung einfach auszuklammern.

Ein Trend in der FM-Branche ist jener zum integralen Anbieter. Doch Hand aufs Herz: Gibt es nicht auch Grenzen, was ein FM-Provider seriöserweise anbieten kann?

Allerdings. Wenn FM-Provider behaupten, 95 % selbst zu machen, ist das meiner Meinung nach unredlich. Es ist zentral, dass sich jede Firma entscheidet, welche Kernkompetenzen sie selbst ausführt und welche sie auslagert. Das muss aber eine Partnerschaft sein und kein Unterakkordant. Vebego zum Beispiel arbeitet mit der Tetrag AG zusam-

men, um den Bereich Energiecontrolling kompetent abzudecken. Diese Partnerschaft wird gegenüber der Kundschaft auch klar ausgewiesen. In unserer Kernkompetenz, dem FM, bin ich dann aber innovativ, mache Vorschläge und bleibe up to date.

Wie erklären Sie sich den Mangel an qualifiziertem Personal?

Ein Faktor ist wohl, dass das Ansehen der Branche nicht sehr positiv ist. Handwerker, also jene Menschen, die an sich das Rückgrat unserer Gesellschaft sind, erhalten generell viel zu wenig Wertschätzung. Der Lohn, die körperlich anstrengende Arbeit, Einsätze am Abend, in der Nacht oder an den Wochenenden sind weitere Gründe. Fachkräfte finden wir häufig, indem wir einem Spezialisten anbieten, bei uns Verantwortung zu übernehmen.

Und wie hält man das übrige Reinigungspersonal?

Beim Lohn sind freiwillige Aufschläge kaum möglich. Immerhin, wir haben uns 2020 für eine Verbesserung der Pensionskassenleistung entschieden, und zwar bewusst für die am schlechtesten entschädigte Stufe. Wir müssen diesen Menschen zeigen, dass wir uns um sie kümmern. Und wir reagieren bei familiären Problemen sofort: Wenn in der Kernfamilie etwas Gravierendes passiert, gibt es Lohnfortzahlung, wir bieten an, kurzfristig einen Krippenplatz zu suchen oder mit unserem Personal die Wohnung in Ordnung zu bringen. So was spricht sich herum und stärkt das Commitment. Zusätzlich organisieren wir einmal pro Jahr ein Firmenfest, zu dem alle eingeladen sind. Solche Wertschätzung ist wichtig und sie ist ehrlich. ▶



Der Umgang mit den Mitarbeitenden ist locker und herzlich, das zeigt sich auch in der Raumgestaltung und -aufteilung der Vebego-Zentrale.



Am Vebego-Hauptsitz gibt es keine bediente Rezeption: Die Anmeldung ist digitalisiert, der Gast tippt seine Kontaktperson ein, der Gastgeber wird per SMS zum Empfang gebeten.

Täuscht der Eindruck oder werden die Grossen im FM immer grösser?

Der Trend zum integralen FM bringt es mit sich, dass trotz Partnerschaften mit Externen eine gewisse Grösse wichtig ist. Ich gehe davon aus, dass sich der Schweizer FM-Markt weiter konzentrieren wird. Das ist für Kleinfirmen schade. Andererseits erhalten wir immer wieder Bewerbungen von Inhabern von Einzelunternehmen. Die Integration dieser früheren Hauswarte ist für beide Seiten ein guter Schritt. Wir erhalten Fachkräfte und der frühere Einzelkämpfer arbeitet neu in einem Team oder leitet es sogar.

Mit Vebego Santé fokussieren Sie auf die Gesundheitsbranche. Erwarten Sie bei Spitälern und Heimen mehr Outsourcing?

Davon sind wir überzeugt. OP und Labor werden sicher auch in Zukunft vom eigenen Personal bewirtschaftet werden. Aber praktisch alles andere kann problemlos ausgelagert werden. Denn einerseits steigt der Kostendruck in den Spitälern. Andererseits sind in den vergangenen 20 Jahren vielerorts Entwicklung und Effizienz vernachlässigt worden. Das ist kein Vorwurf ans heutige Personal. Aber wenn Reinigung kein Kerngeschäft ist und alles bestens läuft, gibt es ja keinen Grund, etwas zu ändern oder den Hauswart in eine Weiterbildung zu schicken. Bei einer solchen Einstellung, wie sie heute noch häufig vorherrscht, können FM-Provider ein signifikantes Plus an Qualität und Effizienz bringen – so wie wir es seit 50 Jahren vorleben. ■

Pieter Poldervaart

pieter.poldervaart@rationell-reinigen.ch

IMPRESSUM

Geschäftsführender Verleger
Alexander Holzmann

Verantwortlicher Redaktor
Pieter Poldervaart
Sperrstrasse 104 b
4057 Basel
Tel. +41 61 691 25 25
pieter.poldervaart@rationell-reinigen.ch

Chef vom Dienst
Markus J. Targiel
Tel. +49 8247 354-262
markus.targiel@holzmann-medien.de

Inserateleitung/Media-Sales
Gerti Strobel (verantwortlich)
Tel. +49 8247 354-163
gerti.strobel@holzmann-medien.de

Media-Sales
Miriam Hofmiller
Tel. +49 8247 354-264
miriam.hofmiller@holzmann-medien.de

Media-Disposition
Andrea Ries
Tel. +49 8247 354-257
Fax +49 8247 354-4257
disposition@holzmann-medien.de

Leiterin Produktmanagement | Marketing für Wirtschafts- und Fachmedien
Christiane Wenke
Tel. +49 8247 354-284
christiane.wenke@holzmann-medien.de

rationell reinigen SCHWEIZ
erscheint zwölfmal im Jahr.

Der Bezugspreis beträgt jährlich Fr. 181,00 (inkl. Versandkosten).
Das Einzelheft kostet Fr. 15,80.

Verlag
Holzmann Medien GmbH & Co. KG
Postfach 13 42
D-86816 Bad Wörishofen
Tel. +49 8247 354-01
info@holzmann-medien.de
www.holzmann-medien.de

Der Verlag übernimmt keine Haftung für unverlangt eingereichte Manuskripte. Diese können nur zurückgegeben werden, wenn Rückporto beigefügt ist. Die An-

nahme zur Veröffentlichung muss schriftlich erfolgen. Leserbriefe geben ausschliesslich die Meinung des Autors und nicht der Redaktion wieder. Die Redaktion behält sich Kürzungen vor. Mit der Annahme zur Veröffentlichung geht das ausschliessliche Verlagsrecht für die Zeit bis zum Ablauf des Urheberrechts vom Autor auf den Verlag über. Darin ist insbesondere auch das Recht zur Herstellung elektronischer Versionen und zur Einspeicherung in Datenbanken sowie zur weiteren Vervielfältigung und Verbreitung online oder offline ohne zusätzliche Vergütung umfasst. Nach Ablauf eines Jahres kann der Autor anderen Verlagen eine einfache Abdruckgenehmigung erteilen. Das Recht an der elektronischen Version verbleibt beim Verlag.

Aus Gründen der Lesbarkeit wird in den Texten in der Regel die männliche Form gewählt. Dennoch soll die jeweilige Bezeichnung als neutraler Begriff für jedes Geschlecht stehen.

Druck:
Holzmann Druck
D-86825 Bad Wörishofen

Wenn Sie künftig unsere interessanten Informationen nicht mehr erhalten möchten, können Sie bei uns der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke widersprechen. Teilen Sie uns dies bitte möglichst schriftlich unter Nennung Ihrer Adresse mit.

www.rationell-reinigen.ch



Leserservice
Bestellungen und Fragen zu den Themen Abonnement und Einzelheft sowie Adressänderungen richten Sie bitte an:
Tel. +49 8247 354-246
leserservice@holzmann-medien.de